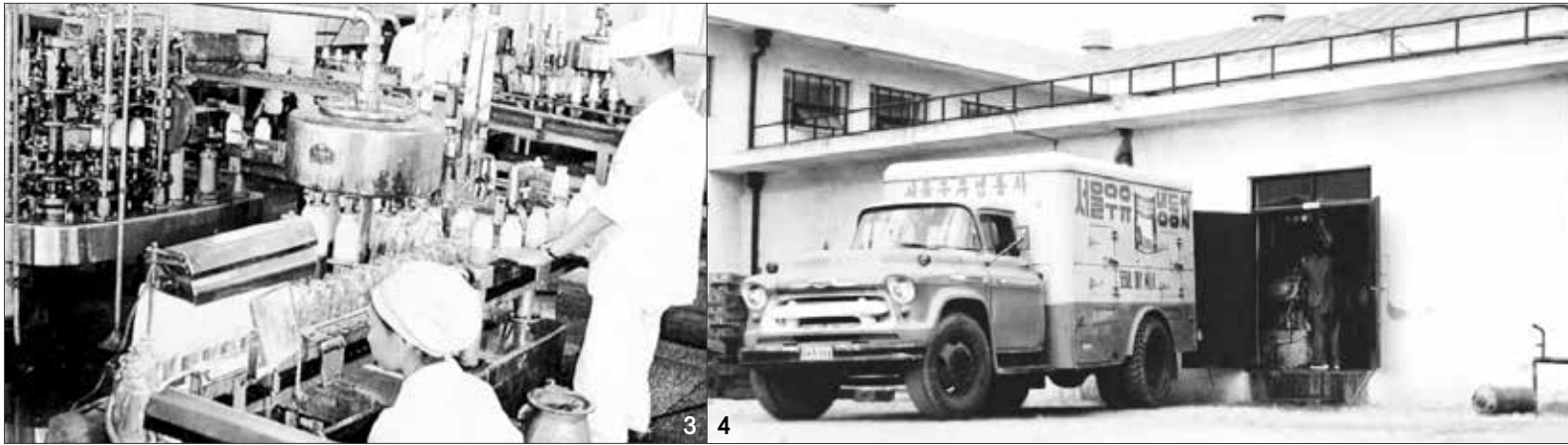


우유로 세상을 건강하게 서울우유 창립 85주년 “서울우유 역사가 곧 우리나라 우유 역사”



1 초록우산어린이재단과 함께한 '서울우유와 함께 걷는 등굣길' 협약식
2 서울우유 '나100%' 5종
3 우유 자동충전기 도입
4 제품 운반용 냉장 차량 도입(1960년대 후반)
5 서울우유 양주 신공장 전경
6 서울우유 포장에 찍힌 제조 일자

올해 85주년을 맞이한 서울우유협동조합은 '서울우유 역사가 곧 대한민국의 우유업계 역사'라고 해도 과언이 아닐 만큼 국내 유업체 가운데 가장 오랜 역사를 자랑한다. 서울우유협동조합의 시초는 1937년 직접 목장을 운영하는 낙농인 21명이 조합을 이뤄 '경성우유동업조합'으로 국내 우유업계 역사를 시작했다. 해방 직후, 1945년 '서울우유동업조합'으로 개칭하고 본격적인 우유 판매에 나섰다. 1950년 6·25전쟁으로 낙농 기반이 붕괴했을 때도 서울우유는 낙농 살리기에 앞장서며 한국 우유 산업의 성장과 함께 커왔다. 1961년 유지방 소화를 돕고 지방이 뜨는 부유 현상을 없애기 위해 균질기를 도입하고, 1962년 고급 균질우유를 가정으로 배달하기 시작했다. 서울우유협동조합은 제품 개발에 과감한 기술 투자를 통해 1984년 '콜드체인시스템'을 완비해 중간유통 전 과정을 냉장 상태로 이뤄지도록 해 우유 품질의 고급화 시대를 열었다. 이러한 서울우유협동조합의 우유업계 1위다운 면모는 전 국민의 건강을 책임지는 우유인 만큼 '품질 향상'에 초점을 맞췄다는 것이다. 1975

년 용인공장을 설립하면서 우유 생산 자동화 시스템을 도입, 뒤를 이어 1984년 양주공장, 1989년 안산공장, 2005년 거창공장 역시 우유 생산 단계에 신기술을 적용해 우유 품질 향상에 힘썼다. 또 2014년 안산 중앙연구소를 준공하고 원유 품질과 생산성 극대화 방안 연구를 지속했다. 특히 2009년 '제조 일자 병행 표기제'를 도입하며 소비자들이 신선도 높은 우유를 선택할 수 있는 객관적인 기준을 제시했다. 2016년 3월에는 원유의 위생등급을 결정하는 세균수 1A 등급에 체세포수까지 1등급인 두 개의 1등급 프리미엄 우유 '나100%'를 선보였다. 서울우유협동조합은 체세포수 1등급 원유를 생산하고자 서울우유 전용 목장에서 생산된 원유만을 등급에 따라 분리 집유하고 있다. '나100%'를 통해 '품질 고급화 전략'을 시도하며 국내 우유 시장을 선도한 결과 서울우유협동조합의 우유 시장 점유율(닐슨코리아 조사)은 2019년 39.0%, 2020년 43.6%, 2021년 44.2%를 기록하며 현재까지 부동의 1위 자리를 굳건히 하고 있다. 서울우유협동조합은 2021년 선포한 '우유로 세상을 건강하게'라는 경영이념을 바탕으로 ESG(환경·사회·지배구조) 위원회를 출범, 본격적

인 ESG 중심 경영을 강화하고 있다. 포장지는 재활용이 가능한 것으로, 멸균 제품은 종이 빨대로 점진적으로 교체하는 등 자원순환을 위한 투자를 지속할 계획이다. 또 젓소 관리 과정에서 발생하는 메탄가스 및 축분 문제 등 친환경과 밀접한 동물복지 투자에도 노력을 아끼지 않는 등 '탄소중립기본법' 취지에 부합하도록 '탄소 저감 로드맵'을 설정해 기업의 친환경 정책에 앞장서고 있다. 서울우유협동조합은 소비자들로부터 받은 사랑을 사회의 소외된 계층과 나누고자 다양한 밀착형 사회공헌 활동을 벌이고 있다. 임직원의 자발적 참여로 2009년부터 시행 중인 중랑구 지역 내 요양원, 복지관과 밥퍼운동본부 자원봉사 활동부터 제품 기부, 성금 기탁 등을 지속해서 전개하고 있다. 아울러 서울 동대문구 지역아동센터 13곳에 매월 약 8천 개 우유를 지원하는 우유 후원 사업을 진행 중이다. 지난 3월 초록우산어린이재단과 함께 신학기 지원 사업 '서울우유와 함께 걷는 등굣길' 협약식을 열고 후원금 1억 원을 기탁했다. 이어 5월

에는 양주경찰서·양주시자원봉사센터와 '범죄 취약계층 방범 시설 지원 사업' 업무협약을 체결, 범죄 위험에 노출된 저소득 취약가구를 위해 방범 시설물 설치하는 등 복지 사각지대를 최소화하고자 했다. 서울우유협동조합은 아시아 최대 규모 종합 유가공 공장인 '양주 통합 신공장'을 건립하고 매출 2조 원 달성에 더욱 속도를 낼 계획이다. 최근 3년간 매출액은 2019년 1조7천244억 원, 2020년 1조7천548억 원, 2021년 1조8천434억 원으로 꾸준히 늘었다. 더불어 국산 원유 소비 확대를 위해 국산 원유를 활용한 프리미엄 아이스크림, 100% 국산 치즈를 원료로 활용한 피자, 브리또 등 다양한 카테고리 제품을 출시하며 영역을 확장 중이다. 올해 역시 국산 원유를 활용해 소비 트렌드 변화에 대응한 다양한 신제품 개발을 지속할 계획이다. 서울우유협동조합 관계자는 "올해 85주년을 맞아 100년 기업, 매출 2조 원의 유가공업체로 도약하고자 노력하겠다"면서 "국내 낙농산업의 새로운 역사와 롤모델을 제시하는 등 끊임없는 혁신을 이어 나갈 방침"이라고 말했다. ●